

**PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI
METROSEKSUAL DALAM IKLAN BANILA CO
DI INSTAGRAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP. 1423017128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2020

SKRIPSI

**PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI
METROSEKSUAL DALAM IKLAN BANILA CO
DI INSTAGRAM**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP. 1423017128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP : 1423017128

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI METROSEKSUAL DALAM IKLAN BANILA CO DI INSTAGRAM

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 14 Januari 2021

Penulis,



Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP. 1423017128

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI METROSEKSUAL
DALAM IKLAN BANILA CO DI INSTAGRAM**


Oleh :

Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP. 1423017128

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.


(_____)

NIDN. 0726126602

Pembimbing II : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.


(_____)

NIDN. 0719078401

Surabaya, 14 Januari 2021

HALAMAN PENGESAHAN

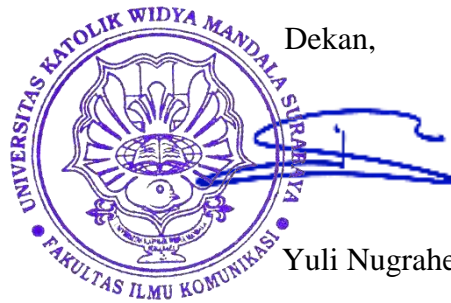
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Kamis, 14 Januari 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0630077303

()

2. Sekretaris : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

()

3. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

()

4. Anggota : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

()

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Anastasia Pericilia Woeryadi

NRP : 1423017128

Menyetujui skripsi saya/karya ilmiah saya

Judul : **PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI METROSEKSUAL DALAM IKLAN BANILA CO DI INSTAGRAM**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2021

Yang menyatakan,



Anastasia Pericilia Woeryadi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Benar atau salah, patut atau tidak, hitam atau putih : *it is a never ending journey*. Manusia disibukan dengan mencari siapa yang benar dan yang salah. Melalui penelitian ini, peneliti melihat sebuah pelajaran baru, bahwa kehidupan seringkali terlalu luas untuk dipahami dengan keyakinan sendiri. Kita semua berbeda, manusia memiliki cara tersendiri tak perlu menjadi sama jika tak mau, hanya hargai dan jangan melukai. Dalam mengerjakan skripsi ini cobaan datang menumpuk tak berhenti, setiap coretan dalam tulisan ini mengandung perjuangan dengan tangis dan rasa frustrasi didalamnya, membuat rasanya ingin sudah saja, tapi katanya “Dibalik kesuksesan ada orang-orang hebat didalamnya”. Peneliti secara pribadi merasakan hal itu, tanpa dukungan dari teman-teman peneliti, kesabaran Bapak Nanang dan Bapak Finsensius selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tuntunan dan pencerahan, peneliti tak akan mampu menyelesaikan penelitian ini. Terkhusus untuk almarhum oma peneliti, hanya doa dan sebuah karya yang jauh dari sempurna ini yang peneliti dapat persembahkan untuk semua yang sudah menopang peneliti hingga menuju garis akhir.

Surabaya, 07 Oktober 2020

Anastasia Pericilia Woeryadi

KATA PENGANTAR

Kehidupan perkuliahan bagaikan berlayar diatas lautan penuh ombak, dihajar ombak cacian dan hinaan, melewati badai yang membuat sekujur tubuh menggigil. Mereka yang berhasil adalah mereka yang tetap bertahan melewati badai dan terus berlayar ditengah ombak walaupun hampir tenggelam didasar laut. Peneliti bersyukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan untuk melalui setiap masa-masa sulit, jika melihat saat ini peneliti merasa tak percaya berhasil melalui semua itu. Sebuah skripsi berhasil peneliti selesaikan sebagai hasil dari pelayaran peneliti.

Penelitian analisis resepsi menjadi menarik bagi peneliti karena peneliti tertarik dengan perbedaan manusia dalam memaknai sesuatu. Tak banyak yang mengerti bahwa sejatinya berbeda bukanlah sebuah kejahatan, mereka yang berbeda selalu menjadi minoritas, terpojokan, dan dipandang sebelah mata. Sejatinya, bukan berarti karena orang lain berbeda denganmu maka mereka salah dan anda benar.

Proses pembuatan skripsi yang berjudul PENERIMAAN FANS K-POP ATAS PESAN LAKI-LAKI METROSEKSUAL DALAM IKLAN BANILA CO DI INSTAGRAM, tak lepas dari bantuan pihak-pihak yang sangat berjasa dalam proses pembuatan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih :

1. Untuk almarhum Airine Listiyani Oej, terima kasih telah membesarkan saya, walau tak dapat menemani dan melihat saya bertumbuh tapi cinta yang ditanam sejak dulu telah menjadi alasan saya untuk bertahan hidup dan berjuang untuk menyelesaikan studi dan menjadi manusia yang lebih baik.

2. Untuk Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. selaku dosen pembimbing 1, atas setiap bimbingan yang diberikan baik melalui referensi, kritik, dan saran. Terima kasih telah menyilipkan nilai-nilai kehidupan disetiap kelas yang diberikan. Terlebih terima kasih telah menjadi memberikan saya motivasi dan pengharapan disaat rasanya saya ingin tenggelam dan berhenti. Kiranya setiap kebaikan yang tak mampu saya balas dikembalikan berlipat-lipat oleh Tuhan.
3. Untuk Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing 2 yang dengan kesabaran membimbing peneliti yang telmi ini dengan memberikan saran dan ide-ide untuk membuat penelitian ini menjadi lebih baik, terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan.
4. Teruntuk Bu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.dan Bu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan masukan yang membangun penelitian peneliti sehingga menjadi lebih baik.
5. Untuk Steven Marcellino, terima kasih telah hadir mengisi kehidupan peneliti dan menerima kerumitan hidup peneliti. Terima kasih untuk selalu sabar menghadapi kegilaan peneliti dalam menjalani kehidupan dan mengerjakan skripsi, untuk tetap setia dan membantu peneliti tetap waras dan hidup melalui lelucon bodohnya.
6. Untuk teman yang cuek tapi merupakan teman terbaik peneliti yaitu, Angelina Marllyn, terima kasih telah menjadi sahabat yang mendengar segala keluh kesah dan tissue bagi kesedihan peneliti. Terima kasih telah sabar menghadapi peneliti yang selalu *overthinking*, dan tak lupa terima kasih karena selalu memberikan gossip-gossip segar.
7. Untuk teman-teman Lab FIKOM angkatan 2016-2017 yang menerima peneliti

yang hanya sebuah butiran debu ini menjadi anggota Lab. Peneliti bersyukur bertemu dengan Abang selaku laboran terdahulu, yang memberikan kepercayaan diri kepada peneliti. Kakak angkatan 2016 yang memoles saya menjadi pribadi yang berkembang, serta teman-teman seangkatan yang menjadi bagian dari keluarga peneliti.

8. Untuk Juve dan Debora yang selalu memberikan tumpangan kepada peneliti tanpa meminta balasan, peneliti tidak bisa membayangkan bagaimana hidup peneliti tanpa kebaikan dari mereka. Dan Stefany Elly yang menjadi sahabat jauh peneliti namun perhatiannya tetap dekat dihati.
9. Untuk seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan menuntun peneliti menjadi pribadi yang berkembang. Kepada staff tata usaha atas segala bantuannya selama peneliti menempuh perkuliahan.
10. Untuk Emak, Jovie, Ani, dan Dewi, terima kasih atas bantuannya selama masa kuliah, terima kasih telah menjadi teman baik didalam maupun diluar kampus. Terima kasih untuk Yasinta dan Renaldo yang sering peneliti repotkan dengan pertanyaan seputar penelitian peneliti.

Peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya, semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan, teruntuk pihak-pihak yang belum peneliti sebutkan, peneliti juga mengucapkan terima kasih dan kiranya penyertaan Tuhan menyertai selalu.

Surabaya, 07 Oktober 2020
Anastasya Pericillia Woeryadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR MODEL.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan masalah	11
I.3. Tujuan Penelitian	11
I.4. Batasan Masalah	11
I.5. Manfaat Penelitian	12
I.5.1. Manfaat Akademis	12
I.5.2. Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
II.1. Penelitian Terdahulu.....	13
II.2. Kajian Teoritis	17
II.2.1. Metroseksual sebagai Maskulinitas Baru	17
II.2.2. Iklan sebagai Media Komunikasi.....	24
II.2.4. Budaya Penggemar	25
II.2.5. Teori Resepsi	28
II.3. Nisbah Antar Konsep.....	31
BAB III	34
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
III.2 Metode Penelitian.....	35
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	35
III.4 Unit analisis.....	37

III.5 Teknik Pengumpulan Data	37
III.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV.....	40
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	41
IV.1.1. Gambaran Produk Banila Co.....	41
IV.1.2. Gambaran Iklan Banila Co di Instagram	42
IV.1.2. Profil Informan.....	51
IV.1.3. Setting Penelitian	57
IV.1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	58
IV.2. Hasil Temuan Data dan Pembahasan.....	59
IV.2.1. Metroseksual dalam Benak Informan	59
IV.2.2. Penerimaan Informan Terhadap Laki-Laki Cantik dilihat dari <i>make up</i> , gesture, dan iklan	63
IV.2.3.1. Laki-laki Cantik dengan <i>Make Up</i>	63
IV.2.3.2. Laki-laki Cantik dengan gaya feminim.....	68
IV.2.3.3. Laki-laki Cantik dalam Iklan	72
BAB V	79
V.1 Kesimpulan	79
V.2. Saran	80
V.2.1. Saran Akademis.....	80
V.2.2. Saran Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potongan iklan “Wanna One x Innisfree”	3
Gambar 1.2 Potongan iklan Nature Republic EXO	3
Gambar 1.3 Instagram Banila Co.....	4
Gambar 1.4 Artikel Netizen Korea yang menghujat.....	5
Gambar 1.5 Potongan iklan Primer Banila Co.....	6
Gambar 1.6 Komentar Positif Iklan Primer Banila Co	6
Gambar 1.7 Artikel Produk Cream Pelembab di Pasaran	7
Gambar 4.1 Store Banila Co di Indonesia.....	41
Gambar 4.2 Model Laki-laki Banila Co.....	43
Gambar 4.3 Kim Min Kyu Model Laki-laki Pertama Banila Co.....	44
Gambar 4.4 Iklan Produk Pertama Kim Min Kyu.	45
Gambar 4.5 Tampilan Kim Min Kyu dengan Make up.	46
Gambar 4.6 Tampilan Kim Min Kyu Menggunakan Primer.	46
Gambar 4.7 Tampilan Kim Min Kyu dengan Efek Video	47
Gambar 4.8 Komentar Iklan Primer Kim Min Kyu.	48
Gambar 4.9 Foto-foto Iklan Kim Min Kyu	49
Gambar 4.10 Komentar dalam Forum Theqoo.	50

DAFTAR MODEL

Bagan 2.1 Konsep Metroseksual.....	19
Bagan 2.2 Proses Encoding-decoding Milik Stuart Hall.....	31
Bagan 2.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
--------------------------------------	----

ABSTRAK

Anastasia Pericilia Woeryadi. NRP 1423017128. Penerimaan Fans K-pop atas Pesan Laki-Laki Metroseksual dalam Iklan Banila Co.

Fokus penelitian ini adalah penerimaan fans K-pop atas pesan laki-laki metroseksual dalam iklan Banila Co. Iklan memiliki kekuatan untuk menciptakan budaya baru, Banila Co menampilkan iklan dengan model laki-laki yang membawa atribusi cantik dan feminim. Dengan menggunakan metode *reception analysis* dimana peneliti membiarkan fans K-pop secara aktif memaknai sebuah teks media melalui interpretasinya berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience*. Penelitian ini menggunakan paradigma *encoding-decoding*, metode wawancara *in-depth interview*, serta menggolongkan hasil penerimaan informan nantinya ke dalam tiga kategori posisi yang dikemukakan oleh Stuart Hall, yakni : *dominant-hegemonic code*, *negotiated code*, dan *oppositional code*. Dalam pembahasan yang pertama peneliti fokus untuk mengetahui pemahaman informan mengenai laki-laki maskulin. Pembahasan yang kedua, membahas mengenai penerimaan informan atas pesan laki-laki cantik dilihat dari *makeup*, *gesture*, dan iklan. Dalam pembahasan ini peneliti menarik kesimpulan bahwa informan lebih cenderung berada di posisi *dominant-hegemonic code*, yang artinya informan atau penonton menerima pesan laki-laki metroseksual yang disampaikan dalam iklan Banila Co.

Kata Kunci : Analisa resepsi, Metroseksual, Fans K-pop, Iklan .

ABSTRACT

Anastasia Pericilia Woeryadi. NRP 1423017128. K-pop Fans Reception Of Metrosexual Male Messages In Banila Co.

The focus of this research is K-pop fans' acceptance of metrosexual male messages in Banila Co ads. Advertising has the power to create a new culture, Banila Co features advertisements with male models who using a beautiful and feminine attribution. By using the reception analysis method where the researcher allows K-pop fans to actively interpret a media text through its interpretation based on the frame of reference and field of experience. This study used the encoding-decoding paradigm, the in-depth interview method, and classifies the results of receiving the informants into three categories of positions put forward by Stuart Hall, namely: dominant-hegemonic code, negotiated code, and oppositional code. In the first discussion, the researcher concentrated on perception the understanding of masculine men by the informants. The second topic explores the reception of informants in terms of makeup, movements, and ads for messages from attractive men. In this discussion, the researcher draws the conclusion that informants are more likely to be in a dominant-hegemonic code position, which means that the informant or the audience accepts the message of a metrosexual male that is conveyed in the Banila Co ads.

Keywords: Reception Analysis, Metrosexual, K-pop Fans, Advertising